

Kielen huoltoa

Posted on [23.2.2011](#) by [helehilt](#)

Erinäisistä syistä minulle tulee paljon autoliikkeiden mainoksia ja tiedotteita. Luen niitä mielenkiinnolla, joka on nykyään suomen kielen lautakunnan hyväksymä tavan adessiivi.

Uskottavuus on tekstille tärkeä ominaisuus, ja miltei kaikki tekstit tavoittelevat sitä. Tarkkana siinä saakin olla. Varmin tapa tuhota tekstin uskottavuus on kirjoittaa huolimattomasti. Autoliikkeen mainos tekee itsestään naurettavan, jos siinä on paljon kieli- ja kirjoitusvirheitä. Tulee mieleen, että jos autoliike on pannut parhaat kieliasiantuntijansa työhön ja tulos on surkea, niin ei mene hääppöisesti. Jos autoliikkeen mainoshenkilö ei osaa kirjoittaa, osaavatko liikkeen mekaanikot korjata autoa?

Joskus näkee tahatonta komiikkaa, joka vie uskottavuuden ja jyräsi brändin puunattua pintaa. Kun 60 000 euron auton ("kuvan auto Erikois Varustein") kuvaan on liitetty virheitä vilisevä teksti, on yhdistelmä todella vaikuttava – joskaan ei mainostajan toivomalla tavalla.

On niitä konkreettisiakin esimerkkejä. Anekdootti kertoo, että pankkiryöstäjä sujautti virkailijalle lapun jossa luki "Tämä on rystö". Virkailija purskahti nauruun, ryöstäjä häkeltyi ja lähti livohkaan. Mitä tästä opimme? Sen, että kirjoitustaito on tärkeää myös pankkiryöstäjälle.

Kullakin alalla on ammattislanginsa. Niihin ujuttuu usein tärkeäksi tekeytymistä, jota voisi sanoa hienosteluksi. "Citroënin turvallisuusvyöhykkeet toimivat progressiivisesti", sanoo mainos. Se tarkoittaa sitä, että kolarissa painuu ensin nokka lyttyyn, sitten moottori ohjautuu ohjaamon alle, ohjauspyörä suuntautuu ylöspäin eikä kohti kuljettajan rintakehää. Samaan aikaan on jo astunut peliin hätäjarrutuksen tehostaja, turvavöiden esikiristin on vetäissyt vyö tiukalle ja turvatyyny ehkä jo lauennut. Se progressiivisuus on kai sitä, että ensin keula antaa myöten ja sitten tulee eteen kovempaa rautaa ottamaan törmäystä vastaan.

Meillä kirjastolaisillakin on ammattikielemme. Saa ollakin, se toimii ainakin kollegojen kesken aivan hyvin. Mutta kun puhumme ja kirjoitamme muille, siis asiakkaille, kannattaa aina miettiä, miltä sanomamme kuulostaa ja näyttää niiden korvin ja silmin, jotka eivät joka päivä kuule ammattislangiamme joka päivä.

Hienostelu voi kyllä olla myös huumorin lähde: "Hei kaveri, et viittis allokoida vitosta?"

Kirjoittaja

Lasse Koskela

kirjastoamanuenssi

Keskustakampuksen kirjasto

Helsingin yliopiston kirjasto